# お客様：マネジメントアプローチ

## 「品質向上」「製品安全の確保」「CS（お客様満足度）向上」をテーマに各種の制度と仕組みを常に改善し続けています。

パナソニックは、お客様にとっての「いいくらし」の実現をめざして、現在、家庭だけでなく、オフィスや店舗、自動車、航空機、さらに街までを視野に、ハードウェア単品のアプローチから、ソフト、サービスを含めたトータルソリューションの提供へとビジネスモデルを多様化しています。当社のお客様は、今や家電ユーザーに留まらず、自動車や住宅など世界のさまざまな産業を通じて、また先進国市場から新興国市場まで、飛躍的に増加しています。

こうしたなかパナソニックは、創業者が掲げた「お客様第一を基本に製品やサービスを通じて社会に貢献する」という経営理念や「品質最優先」の考え方のもと、「「品質向上」「製品安全の確保」「CS（お客様満足度）向上」に関わる各種の制度と仕組みを常に改善しながら、モノづくりを行ってきました。とくに、FF 式石油暖房機事故を深く反省し、製品安全を経営の最優先事項として取り組んでいます。

品質については、品質に関わる「基本方針」を定め、品質担当役員を責任者として、カンパニー、事業場、海外会社のそれぞれに品質責任者を配置しています。そして、「パナソニック品質マネジメントシステム」の運用を通じて、継続的な品質改善に取り組んでいます。また、製品安全レベルをさらに向上させるために、全社横断の総合製品安全委員会を中心に、製品安全の確保に努めています。

CS 向上については、専任組織を国内外に設けているほか、お客様の声に学ぶ「VOC：Voice of the Customer」活動をグローバルに展開しています。さらに、個人情報保護、情報セキュリティ管理の仕組みを設け、お客様の情報、個人情報、財産的情報をはじめとする情報の保護をしっかりと行うことで、お客様の満足と信頼を得るとともに、健全な情報化社会の実現へ向けて尽力していきます。

# お客様：製品の品質と安全性

## 方針

### 品質の基本的な考え方

経営理念を具体化するために、「常にお客様および社会の要望に合致し、満足していただける製品およびサービスの提供を通じ、真にお客様に奉仕する」ことを当社品質方針としています。

この品質方針を実現するため、以下を基本施策として取り組んでいます。

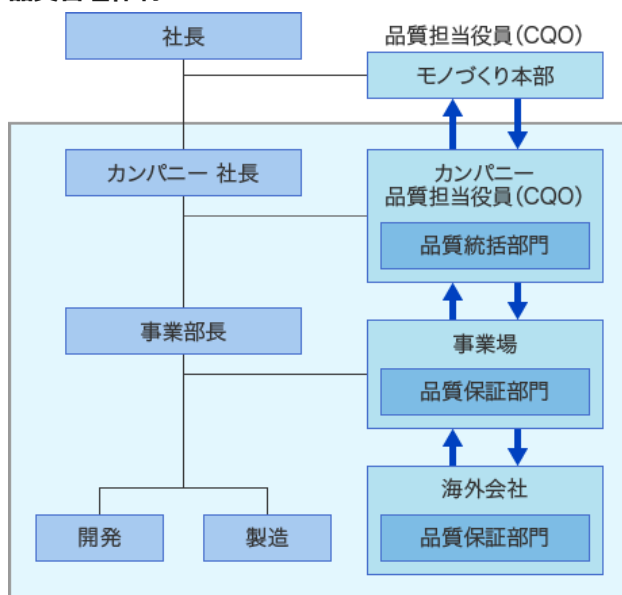
1. 品質をお客様および社会の要望に的確に適合させる。
2. 製品の企画・設計・製造から使用・消費を経て廃棄されるまでの一貫した品質管理体制を確立し、全部門の連携協力のもと、品質向上活動を展開する。
3. お客様および社会の真の要望を敏感にかつ正しくとらえ、それを製品化する積極性と技術・技能を持ち、お客様および社会の利益を厳守するマインドをもった人材の育成に努める。
4. 品質に関する法律、関連法規、各種規格を順守する。

## 責任者・体制

品質担当役員（CQO）を設置しています。

– 常務取締役 野村 剛（2014 年 7 月現在）

その管理下に、各カンパニーが自己完結型の事業推進ができる自主責任経営体制を築いています。

**品質管理体制**

# 規程および制度

## 品質マネジメントシステム

当社では、グループ各社の自己完結型の品質保証プロセスを確立するために、2004 年に「品質マネジメントシステム構築ガイドライン」を発行し、グループ各社が「パナソニック品質マネジメントシステム（P-QMS）※」を構築しました。この P-QMS の推進をベースに、継続的な品質改善と、品質問題の未然防止および品質のバラツキ低減の実現をめざして取り組みを強化しています。

成長分野であるシステム商品事業領域に P-QMS を対応させるため、2012 年度に品質マネジメントシステム構築ガイドラインを拡充し、2013 年度も継続して運用しました。

※ パナソニック品質マネジメントシステム（P-QMS）：ISO9001 の要求事項に、当社独自の品質保証の How to やノウハウを加え、パナソニックが求める品質レベルを明確化、その品質レベルを実現するための仕組み

## 製品安全の取り組み

FF 式石油暖房機事故をはじめとする製品安全問題への反省により、製品安全を第一優先とするモノづくりに努めています。

## パナソニック行動基準（一部抜粋）

パナソニック行動基準では、商品の安全性の確保に努めることを定めています。

**第 2 章**

**II-2 商品の安全**

（1）安全性の最優先

私たちは、商品の安全性を最優先し、研究開発、生産、販売にあたります。さらに、設置工事、メンテナンス、修理などについても、安全性の確保に努めます。

（2）情報の提供

私たちは、事故を未然に防止し安全に商品を使用いただくため、正しい使用方法などについて、わかりやすい表示や説明などの情報を適切に提供します。

（3）事故発生時の対応

私たちは、商品の安全性に関する情報を入手したときは、直ちに事実確認を行い、原因究明とあわせて適切に対応するとともに事故情報の開示に努めます。安全上の問題がありうることが判明したときは、社内外の関係部門に迅速かつ正確に報告し、安全性の確保と事故の拡大・再発の防止のため、できるかぎりの努力を行います。

▶パナソニックの行動基準「商品の安全」 http://panasonic.co.jp/company/philosophy/conduct/04.html#section2-2

## 製品に関する自主行動計画に係る基本方針（一部抜粋）

※この基本方針は 2007 年 6 月 27 日開催の松下電器産業株式会社（当時）取締役会において決議した内容です。

パナソニック株式会社およびパナソニックグループは、経営基本方針にのっとり、製造・販売する製品の安全性を確保して、お客様に安全・安心をお届けすることが経営上の重要課題であり、社会的責任であるとの認識のもと、以下のとおり製品安全に関する自主行動計画に係る基本方針を定め、「お客様第一」と「スーパー正直」に徹して、製品安全の確保に積極的に取り組んでまいります。

1. 法令の順守
2. 製品安全確保の企業文化の確立
3. 本質的な安全設計の実現
4. 誤使用等による事故防止
5. 製品安全確保のための品質保証体制
6. 製品事故情報の収集と開示
7. 製品事故発生時の対応

▶製品安全に関する自主行動計画に係る基本方針 http://panasonic.co.jp/company/philosophy/conduct/qualitypolicy/

## 全社製品安全の基盤の強化

製品安全を第一優先とするモノづくりのために、2012 年に全社の総合製品安全委員会を再編し、傘下に安全技術部会と安全規格部会を設けました。これら部会を通じて、2005 年の FF 式石油暖房機事故の反省から取り組んできた安全技術の開発と製品安全規格の整備の活動を、しっかりと定着させより一層恒常的なものにしていきます。

　また、自動車やロボットなどにおける安全性能へのニーズが高まる中で、安全性を担保するための安全規格の認証取得をグループ内で連携をしながら推進しています。

### 1.安全技術部会の活動

安全技術部会では、設計時の想定を超えてお客様がご使用になる場合を考慮して、材料の耐久性を把握するための加速劣化試験など科学的な評価手法を開発してデータを蓄積し、データベース化しています。2013 年度は、樹脂の劣化寿命を高精度に推定するための評価技術を開発しました。また、太陽光発電などの直流（DC）機器の発火事故を防止するために、高電圧・大電流の DC トラッキング試験方法の開発も推進しました。

また、AV 機器だけでなく、エアコンや冷蔵庫のような白物家電もインターネットと接続されるようになり、製品が有する情報資産を守るための製品セキュリティの確保がますます重要になっています。当社では、製品セキュリティも製品安全の一環と捉え、脅威分析などのガイドラインの整備や製造社員への製品セキュリティ教育を強化するとともに、リスク情報の収集拠点を国内のみならず欧州にも設置し、脆弱性の早期発見と迅速な対策が実施できる体制を構築しています。

### 2.安全規格部会の活動

安全規格部会では、公的安全規格の順守はもちろんのこととして、より安全性を高めるため、製品開発において守るべき設計規則を 1999 年に「パナソニック安全規格（PCSS）」として制定しました。

長期信頼性技術の開発から得られた知見は PCSS に反映し、長期使用や不燃化対策、落下防止といった重要安全事項の規格を強化しています。また、新しい事業領域で発生が見込まれるリスクを未然に防ぐため、製品安全規格の拡充にも取り組んでいます。例えば当社の成長事業の一つである蓄電池システムの安全性を確保するために、創蓄エネルギーマネジメントシステムなどを対象とした「パナソニックシステム安全規格（Panasonic Corporation System Safety Standards、略称 PSSS）」を制定しています。また、今後が期待される人共存ロボットの安全性を確保するために、「パナソニック人共存ロボット安全規格(Panasonic Personal-care robot Safety Standards,略称 PRSS)」を、国際安全規格（ISO13482）の策定に先立って制定しました。

2013 年度は、製品安全レベルをさらに向上させるためにリスクアセスメント※（RA）の強化に取り組み、社内 RA ガイドラインを全面改訂しました。

※ リスクアセスメント：製品のリスクを抽出して定量評価し、その評価に応じて適切に安全設計を実施する手法。

### ３．国際安全規格の認証取得（事例）

《生活支援ロボット ISO13482 認証を取得》 2014 年 2 月

ベッドと車椅子を合わせた機能を持つロボット介護機器「リショーネ」が、生活支援ロボットの安全性に関する国際安全規格 ISO13482 に基づく認証を世界で初めて取得しました。当社は、新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）のプロジェクトに参画することで、国際安全規格の構築に貢献してきました。今後も、お客様が安心して使用できる生活支援ロボットを提案していきます。

《自動車機能安全規格 ISO26262 認証を取得》 2012 年 2 月

当社は、自動車向け機能安全規格 ISO26262 のプロセス認証を、第三者機関であるドイツ TUV SUD（テュフ・ズード）より取得し、車載機器、デバイスのソフトウェア開発プロセスにおいて、本規格の最高安全水準である ASIL-D まで対応可能と認められました。

今回のプロセス認証を機に、さらなる安全な製品づくりに取り組み、安心・安全で環境にやさしく、便利で快適な車社会の創造に貢献していきます。

※語句説明

（１）ISO 13482

ISO 13482は、国際標準化機構（ISO）から発行されたパーソナルケアロボット（生活支援ロボット）の安全性に関する唯一の国際規格です。physical assistant robot、 mobile servant robot、 person carrier robotの3タイプのロボットを対象としたものです。

（２）機能安全

機能安全は、マイコンなどの電気・電子的な装置の働き（機能）により実現されている安全性のことです。例えば、故障の検出や、安全な停止制御、ユーザーへの警告などが機能になります。

（3）ISO 26262

ISO 26262 は、2011年11月15日に発行された自動車向け機能安全の国際規格です。この規格では安全度水準（ASIL;Automotive Safety Integrity Level）が4段階（ASIL A～ ASIL D）に定められています。

## 製品安全教育

製品安全を第一優先とするモノづくりを企業風土に定着させるため、従業員に対して、eラーニング「製品安全の基礎」などの教育、技術者が自ら製品安全について学びあう「製品安全フォーラム」の開催など、製品安全教育に取り組んでいます。
2013 年は、東南アジア地域ではパナソニック・アジアパシフィック（シンガポール）、中国では中国モノづくりセンターを中心に、地域に根ざした独自の教育活動を強化し、グローバルでの安全確保に努めています。

東南アジア地域・タイでの研修風景

## 新興国での品質向上の取り組み

生活様式や電源・水道などのインフラ状況が異なる新興国における当社製品の適合性を高めるため、新興国の電源品質、水質・水圧、気候など品質に影響しやすいインフラ項目についての実態調査を行うとともに、他社製品の品質適応状況を調査しベンチマークしています。
今後も新興国のお客様にご満足いただける品質をめざし、全社の品質基盤をより強固なものにしていきます。

インドでのインフラ実態調査

## ユニバーサルデザインの取り組み

▶ユニバーサルデザインの取り組み http://panasonic.co.jp/design/ud/

### UD 方針

当社の UD は、より多くの人々への心配りを、商品・サービスを通じて提供し、共に生き生きと快適に、豊かに暮らせる生活の実現をめざします。

### 6 つの"心配り"

「人にやさしい製品」を生み出すためには、なにを意識し"モノづくり"に取り組めばよいのか。それを明確にするために、私たちは 6 つの"心配り"を常に心がけています。よりよいユニバーサルデザイン製品の実現をめざす、私たちの基本です。

1. 理解しやすい操作への心配り
2. わかりやすい表示と表現への心配り
3. 楽な姿勢と動作への心配り
4. 移動と空間への心配り
5. 安心・安全への心配り
6. 使用環境への心配り

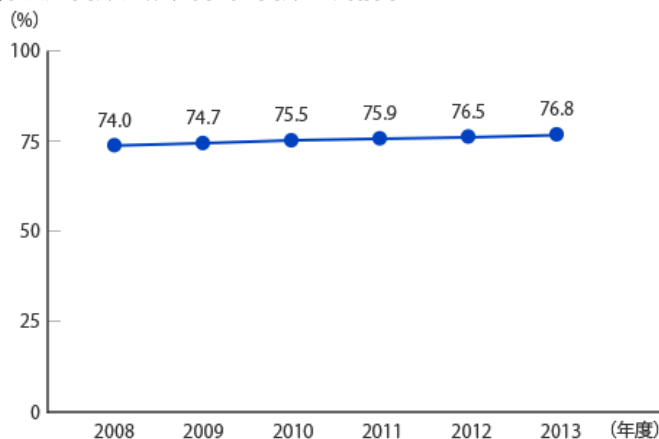
### UD で新しい顧客価値の開拓

UD の取り組みにより、便利に快適にするだけでなく、今まで使っていただけなかったお客様にもお使いいただける配慮を行うことで、ユーザー層を拡大することを目的にしています。

# 事故報告

## FF 式石油暖房機事故への対応状況

FF 式石油暖房機事故に関しまして、市場対応にご支援、ご協力いただいているすべての関係者の皆様に心より御礼申し上げます。
当社は 2005 年に、FF 式石油暖房機の事故により緊急命令を受け、全社を挙げた市場対策を開始してから９度目の暖房シーズンを終えようとしていますが、引き続き新たな事故を二度と起こさないための取り組みを FF 市場対策本部を中心に進めています。
2013 年度も継続して、FF 市場対策本部の従業員を中心に、いまだ把握できていない製品の捕捉のための探索活動（草の根ローラー活動）や、点検・修理済みのお客様に対する回収促進、暖房シーズン前の製品の状態確認などに取り組んできました。
草の根ローラー活動では、（1）ご販売店への巡回調査、（2）地域を特定しての全戸巡回調査、（3）過去の調査テーマの再精査などに重点的に取り組みました。
また、引き続き暖房シーズンに入る時期とシーズンの終わる時期を中心に、全国規模の新聞折り込みチラシ、また寒冷地の約 213 万世帯に対する配達地域指定郵便（タウンプラス）の利用など、さまざまな告知徹底も実施しています。
2013 年度新たに現品発見または廃棄されたことを確認した台数は 469 台であり、2014 年 3 月 31 日現在の累計台数は 116,826 台（販売台数の 76.8%）となりました。
今なお毎月現品が発見されており、なかには対象製品と気づかずに未処置のまま使用されていたお客様もおられます。引き続き関係者の皆様のご支援、ご協力をいただきながら、最後の 1 台まで見つけ出す覚悟で、探索活動に取り組んでまいります。

**総販売台数における把握台数※の割合**

※ 把握台数：リコール台数、検査・修理後利用されている台数、お客様より廃棄が確認済みの台数など

| | |
|---|---|
| ご連絡先 | パナソニック株式会社 FF 市場対策本部<br>（旧社名：松下電器産業株式会社） |
| フリーダイヤル電話 | 0120-872-773 （FF 式石油暖房機受付専用） |
| 受付時間 | 9 時～17 時（土曜日・日曜日・祝日を除く）<br>上記時間外につきましては、留守番電話にて受付させていただきます。 |
| フリーダイヤル FAX | 0120-870-779 （FF 式石油暖房機受付専用） |

## リコール社告

2013 年度は、以下の製品についてリコール社告を行い、事故防止のため市場対応を行いました。

- 機種：タテ型洗濯乾燥機（三洋電機）2 品番：AWD-E105ZA/E105ZB
  製造期間：2005 年 9 月～2009 年 2 月
  ▶詳細情報掲載サイト http://panasonic.co.jp/sanyo/news/2013/05/15-1.html
- 機種：食器洗い乾燥機（三洋電機）5 品番： DW-S2000/S2100/SJ2000 他

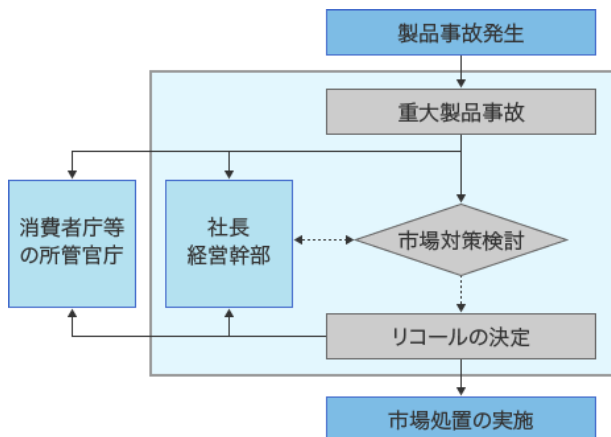
製造期間：2000 年 12 月～2001 年 11 月

▶詳細情報掲載サイト http://panasonic.co.jp/sanyo/news/2013/07/19-1.html

※ 2013 年 1 月 22 日に行ったリコール社告に対する対象製造番号追加の再リコール社告

## 製品事故への対応

市場において製品事故が発生した場合、直ちに事実確認を行い、原因解析と検証を行います。重大製品事故と判断した場合には、社長や経営幹部と、消費者庁などの所管官庁へ迅速かつ正確に状況報告をします。同時に、お客様の安全を確保するため、当社グループが一丸となり、適切な対策をとることに努めています。

**製品事故への対応フローチャート**

## 重大製品事故情報

国内では、消費生活用製品安全法ならびに製品安全に関する自主行動計画に係る基本方針に基づき、重大製品事故[※1]について、製品起因が疑われる事故[※2]、ならびに製品に起因して生じた事故かどうか不明であると判断した事故[※3]を公表しています。

※1 重大製品事故とは消費生活用製品安全法に規定された下記の事故です。1．死亡事故、2．重傷病事故（治療に要する期間が 30 日以上の負傷・疾病）または後遺障害事故、3．一酸化炭素中毒、4．火災（消防が火災として確認したもの）

※2 製品起因が疑われる事故としては、・ガス機器・石油機器に関する事故（製品起因か否か特定できていない事故を含む）、・ガス機器・石油機器以外の製品に関する事故であって、製品起因が疑われる事故を速報段階で公表しています。

※3 製品に起因して生じた事故かどうか不明であると判断した事故としては、製品起因か否か特定できない事故として消費者庁から公表された事故のうち、経済産業省の消費経済審議会製品安全部会において製品に起因して生じた事故かどうか依然として不明であると判断した事故を公表しています。

▶重大製品事故情報一覧 http://panasonic.co.jp/info_psc/

# お客様：お客様満足度向上に向けて

## 方針

### CS（お客様満足）の基本的な考え方

当社は創業以来、「お客様第一を基本に製品やサービスを通じて社会に貢献する」という経営理念のもと、お客様満足（CS）向上に向け、世界中のお客様のくらしを豊かにする商品やソリューション、サービスを提供しています。
またカスタマーサービスは、創業者の言葉より伝わる「真のサービス」の理念に基づいて、誠実、正確、迅速を心がけ、謙虚な姿勢と感謝の念を持って対応し、お客様に信頼と安心、喜びを提供することを基本としています。

**CS 基本コンセプト（お客様満足の追求）**

われわれ生産人として真の信用をかち得るには、製作部門たると販売部門たるとを問わず、すべての点で需要者の求めるところに完全に合致し、充分に役立ち得る優良品以外は一品たりとも製作せず販売せぬ建て前とし、これを厳守することより他にない。
単に製作の上のみにとどまらず、わが社製品に関しては、その流れ先まで慎重に留意、果たして需要者をして満足せしめ得たりしや、サービスに不親切なきや等の点まで進むところに、はじめて完璧を期し得られる。

松下 幸之助
昭和 15 年 8 月 優良品製作総動員運動を提唱
（松下電器五十年の略史より）

**サービス理念（真のサービス）**
**お客様の喜びは私たちの喜び**
**喜び、喜ばれる姿の中にこそ、真のサービスがある**

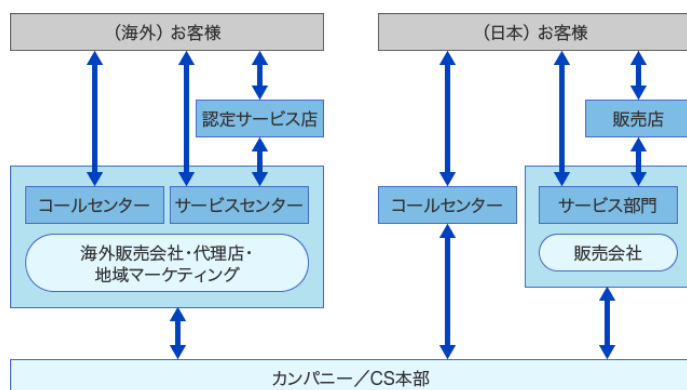
商売にはサービスがつきものである。サービスをともなわぬ商売は、もはや商売ではない。その意味においては、サービスは商売人にとっての一つの義務とも言える。しかし、これを単なる義務としてのみ受けとり、仕方なしにやむを得ずやっているとしたら、これほど疲れることはない。こちらが疲れるだけでなく、お客様にもその“仕方なさ”が自然に通ってしまう。
サービスは相手を喜ばせるものであり、そしてまたこちらにも喜びが生まれてこなければならないものである。
喜び喜ばれる姿のなかにこそ真のサービスがあると言えよう。

松下 幸之助
昭和 42 年 PHP 誌 8 月号

## 責任者・体制

### CS の推進体制

カスタマーサービスの提供は、当社の事業の中核を成す活動です。当社ではこの活動を CS 本部が専門的に推進し、世界のさまざまな国や地域にある販売会社と協働しながら、その質の向上に取り組んでいます。また日本と海外のスタッフがそれぞれに蓄積した知識やノウハウを共有することで、現地のお客様にとって最寄りないずれの CS 部門においても、より良いカスタマーサービスを提供できるようにしています。
併せて、国内外市場における商品の品質に関する情報収集やお客様からのご要望などのフィードバックを通じて、製品品質や安全性などの確保に努めるとともに、各市場のお客様のニーズに合わせた商品開発に取り組んでいます。

**お客様対応の仕組み**

# 日本のサービス体制

個人のお客様から法人のお客様まで、それぞれのお客様にとって最適なサービスを提供しています。

## 全国を網羅するサービスネットワーク

お客様に商品を末永く「安心・安全・快適」にご愛用いただけるように、販売店様とともにお客様の身近な存在として活動する当社専門のサービス会社を配置しています。

主に家電商品の修理サービスは、パナソニック コンシューマーマーケティング株式会社 内の CS 社（修理・部品サービス部門）が担当しています。

また住宅設備系商品は、パナソニック エコソリューションズ テクノサービス株式会社が担当しています。

これらサービス会社は全国にネットワークを設け、地域密着のもと高度な技術とノウハウを備えたカスタマーエンジニアが常駐し、お客様からの修理のご依頼に対して、「迅速・確実」な出張修理サービスを行っています。修理受付は 24 時間 365 日の体制を整備し、とくにライフラインと直結するオール電化商品など生活密着商品へのご依頼には一刻も早い修理サービスの提供をめざしています。

［パナソニック コンシューマーマーケティング(株) CS 社 サービス拠点数］

全国 102 ヵ所（2014 年 3 月現在）

［パナソニック エコソリューションズ テクノサービス（株）サービス拠点］

全国 7 拠点体制で全都道府県を網羅

## 修理サービス窓口強化の取り組み

お客様が修理を依頼される際の利便性向上を目的に、宅配便による修理品の受け渡しや Web サイトでの受付体制を整えています。またデジタルカメラ（LUMIX）とノートパソコン（Let's note）については、東京（秋葉原）に修理工房を設け、即日修理に対応できる体制を整えるなど、お客様のライフスタイルや生活シーンに合わせた修理サービスメニューの提供に積極的に取り組んでいます。

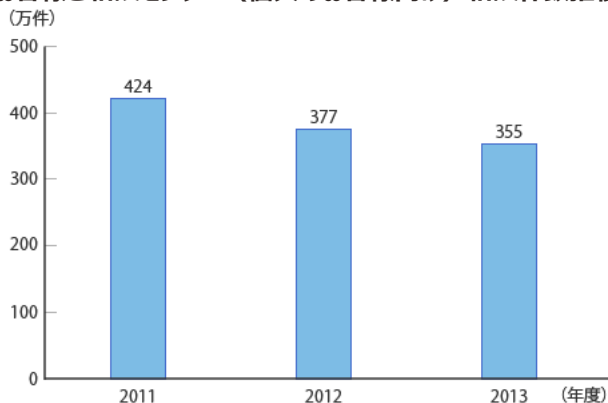
（LUMIX ＆ Let's note 修理工房）秋葉原

## お困り事を迅速に解決する相談体制

個人のお客様が商品を購入される前の"買い物ご相談"、また購入された後の"使い方ご相談"は、「お客様ご相談センター」にて対応しています。お客様ご相談センターは、お客様のお困り事に迅速に対応できるよう 365 日 9 時から 20 時まで受付ける体制を整えるとともに、商品別の電話番号をご用意し、電話でのお問い合わせがつながりやすいサービス体制の向上に取り組んでいます。

併せてお客様ご自身で問題解決いただける取り組みも積極的に推進し、当社 Web サイトの FAQ（よくあるご質問）のさらなる充実を図っています。

また、照明、情報機器、電設資材、住宅設備・建材、そして太陽光発電・蓄電設備などのエネルギー関連商品に関する法人向けお問い合わせ窓口では、お得意先様（パートナー）からの施工や設置・設定でのお困り事を 365 日迅速に対応できる体制を整えています。

### お客様ご相談センター（個人のお客様向け）相談件数推移

## 業務用機器分野における CS の取り組み

映像、セキュリティ、情報通信、自動車、産業空調など業務用機器分野では、各分野の販売会社が商品のご提案から設計・施工、修理サービスに至るまで一貫してサポートし、お客様のニーズに合ったトータルソリューションの提供による CS 向上に取り組んでいます。

## 業務用ネットワーク機器

業務用ネットワーク機器を担当する当社グループの販売会社や、当社商品の販売パートナー様によって、お客様ごとに異なるニーズを把握し、商品の提案からシステム構築、販売、施工、保守、修理、運用サービス、クラウドサービスまでトータルソリューションをご提供しています。

併せて、お客様の事業戦略の実行や業務改善をサポートする"新たな価値"をお届けしています。

ＣＳ活動においてはご相談窓口、修理サービス、保守メンテナンスなどお客様との接点から信頼関係を構築し、お客様のお困り事に継続的なサポートを提供し、お客様の生産性と収益向上への貢献をめざしています。

### 自動車用機器

自動車用機器については、当社グループ販売会社が販売店様と連携を取りながら、当社製のカーナビゲーションやカーオーディオなどへのアフターサービスを担っています。

また、純正車載機器の供給にあたっても、カーメーカー様のご要望にお応えすべくサポートを実施しています。

## 海外のサービス体制

世界中でパナソニック製品をご愛用いただくお客様が増える中、グローバルでのお客様満足の向上をめざし、各国の販売会社を中心に地域に根ざした CS 活動を展開して、常に安心と良質なサービスをお客様の視点で提供しています。

### 安心・安全を支える海外ネットワーク

世界のどこでもお客様にご満足いただけるサービスをめざし、グローバルなサービスネットワークの構築に注力しています。今後は拡大していく新興国（インド、ブラジル他）を含めた海外市場でサービス体制の構築を強力に推進し、さらなるお客様の満足と信頼を追求していきます。

**修理サービス拠点数（2013年度）**

| 地域 | 修理サービス拠点数 |
|---|---:|
| 日本 | 102 |
| 北米 | 1,900 |
| 中南米 | 1,375 |
| 欧州・CIS | 791 |
| 東南アジア・大洋州 | 1,733 |
| インド・南アジア・中東阿 | 1,112 |
| 中国・北東アジア | 803 |

※ 日本：パナソニック コンシューマーマーケティング(株)CS 社

※ 北東アジア：韓国、香港、台湾

### 世界中のお客様の高い期待に応える仕組みづくり

サービス品質の高位平準化とサービスコストの適正化を目的に、世界の顧客満足度を評価するための新たな基準や指標づくりに取り組んでいます。また海外販売会社や事業カンパニーの CS 責任者と取り組み事例や課題を定期的に共有することで、より良いサービスの提供をめざしています。

# 規程および制度

## お客様対応の品質向上の取り組み

### お客様対応基本規程

当社は、「お客様第一」の経営理念のもと、お客様の満足度を高め信頼を得ることを目的に、お客様からのご相談やご不満に対して、「お客様対応基本規程」（JIS Q 10002 に準拠）を定め、その適切な運用を通じて全社的に高度で均質なお客様対応をめざしています。

またお客様対応部門においては、定期的に自己監査を行い、継続的な改善取り組みによりお客様対応品質の向上に努めています。

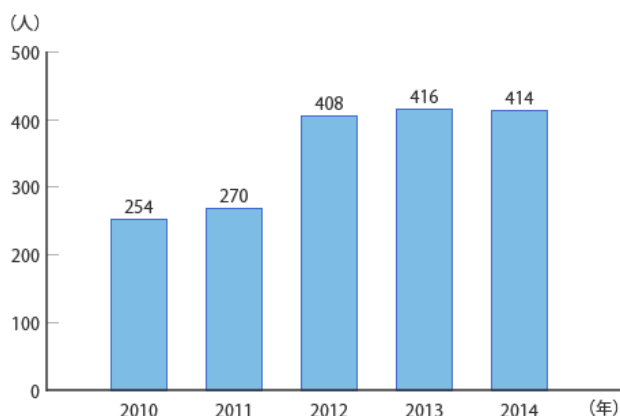
### お客様志向の風土醸成の取り組み

当社では、お客様志向の風土醸成を目的に、「消費生活アドバイザー」※資格の取得を積極的に推進しています。

当社グループの資格保有在籍者数は、2014 年 4 月 1 日現在で 414 人となり、企業における在籍者数では 5 年連続の 1 位を獲得しました。

**※ 消費生活アドバイザー制度**

内閣総理大臣および経済産業大臣の事業認定に基づく資格（審査・証明機関：一般財団法人「日本産業協会」）。消費者と企業や行政の架け橋として、消費者の意向を企業経営や行政等への提言に反映させるとともに、消費者からの苦情相談等に対して迅速かつ適切なアドバイスができる人材を養成することを目的としています。（一般財団法人日本産業協会 Web サイトより）

**消費生活アドバイザー資格保持在籍者数の推移**

## お客様の声に学ぶ取り組み（VOC 活動）

当社では、お客様ご相談センターにいただいたお声、またお客様と接するセールスやお得意先様（パートナー）、ショウルーム、サービス会社を通じて頂戴したお客様の声（Voice Of Customer＝VOC）を、商品開発や機能改善、品質改善を図るうえで、また取扱説明書やカタログの改訂、営業活動などを推進するうえでの「宝の山」であると考えています。
この貴重な多くのお声をさまざまな手法で分析して、商品企画・設計・技術・品質部門およびマーケティング・販売部門と連携しながら、それぞれの事業の「改善」に向けて継続的な取り組みを行っています。
この VOC 活動は、お客様満足向上のための当社の経営理念の実践であり、全従業員が全ての仕事の中で取り組むべき活動として進めています。

▶VOC 活動　http://panasonic.co.jp/cs/concept/voc/

**STEP 1**
**お客様からのご質問・ご相談にお応えいたします**
毎日お客様から寄せられる電話や手紙などのご質問やご相談を、お客様センターでお応えしています。
営業部門からも、セールスやお得意先を通じてお客様の声を頂戴しています。

**STEP 2**
**お客様の声を確認します**
毎日お客様から寄せられる声を記録、データベース化し、分析をしています。

**STEP 3**
**お客様の声から改善点を検討しています**
お客様の声から、商品の使いやすさや取扱説明書の見やすさなどでお困りの状況を分析し、改善すべき課題を検討しています。

**STEP 4**
**お客様の声に学び、商品や説明書などを改善しています**
抽出された課題を、商品の開発や取扱説明書を作成している部門で検討会を開き、より良い商品やサービスを提供できるように取り組んでいます。

## 安心安全にご使用いただくための啓発活動

### 消費者啓発講座の開催

社会貢献の一環として、全国の自治体や消費者団体にご協力いただき消費者啓発講座を各地で開催しています。講座は「家電製品の上手な使い方」や住宅設備に関する「住まいの安全」「上手な収納」「太陽光発電」「リフォーム」など消費者にとって関心の高いテーマに加え、その時々のお客様の疑問やニーズに沿ったテーマで構成し、楽しくわかりやすく学んでいただける啓発講座として多くの皆様にご参加いただいています。

### 児童啓発講座の開催

社内カンパニーのエコソリューションズ社では、環境や節電への意識の高まりを受けて、LED 照明を使った「あかりのエコ教室」、太陽光発電の仕組みを学習する「エコと太陽光発電教室」の 2 教室を全国の小学校で開催しています。
2013 年度は、199 校 およそ 1 万 2,900 人の子どもたちが受講しました。

### Web を活用した使い方情報の提供

お客様に家電製品を安全・安心そして環境にやさしくお使いいただくために、当社 Web サイトを通じて使い方に役立つ情報を提供しています。

▶愛情点検　家電製品の安全で上手な使い方　http://www.panasonic.com/jp/support/kaden.html
家電製品を末永くご使用いただくための正しい使い方や製品別の安全点検項目、誤使用の事例を参考にした安全な使い方を紹介。お客様に安全に関する理解を深めていただく情報を提供しています。
▶家電製品の上手な節電方法　http://panasonic.co.jp/cs/info/setsuden.html
製品別に消費電力を抑える家電製品の上手な使い方を紹介。節電・省エネルギーのお役に立てていただく情報を提供しています。
▶めざせ！家電キング　http://panasonic.co.jp/cs/kaden/quiz/kmaster.html
家電製品を安全・快適にご使用いただく「家電キング」の称号をめざしてクイズにチャレンジ。楽しく安全な使い方や省エネルギーについて学んでいただきます。

# お客様：情報セキュリティ・個人情報保護

## 方針

### パナソニック行動基準（一部抜粋）

「パナソニック行動基準」では、情報の活用と管理、個人情報保護の徹底について定めています。

| 第 2 章 II-4 情報の活用と管理 |
| --- |
| （1）情報の活用<br>私たちは、IT を駆使し、情報の積極的な活用を図ります。<br>これにあたって、私たちは、経営戦略情報、技術情報および個人情報などの有用な情報の適正な収集とともに、入手した情報の正確な記録、適正な管理・利用、そして、不要となった情報の確実な廃棄を行います。<br><br>（2）情報セキュリティの徹底<br>私たちは、情報の盗用・改ざんに十分に注意を払うとともに、情報漏えいの防止など情報セキュリティを徹底します。<br><br>（3）他社情報などの取り扱い<br>私たちは、他社情報などについて、必要性を十分吟味のうえ受け取り、機密の保持と情報漏えいの防止に万全を期します。<br><br>（4）個人情報の取り扱い<br>私たちは、個人情報の重要性を認識し、その収集、記録、管理、利用、廃棄において、所定の規則に従い適切に取り扱います。また、個人情報の紛失、改ざん、漏えいなどの防止に努めます。<br><br>▶第 2 章 事業活動の推進：II-4．情報の活用と管理 http://panasonic.co.jp/company/philosophy/conduct/04.html#section2-4 |

### 情報セキュリティ基本方針

当社は、経営基本方針にのっとり、優れた技術、製品およびサービスによって、お客様の満足と信頼を得ることをめざしています。
このためには、お客様の情報、個人情報、財産的情報をはじめとする情報の保護が重要であることを認識し、情報セキュリティを経営の重要戦略の一つと位置付け、健全なる情報化社会の実現へ向けて尽力します。

1．情報セキュリティ体制
各組織に情報セキュリティの責任体制を敷き、所要の規程の策定と実施により適切な管理に取り組みます。

2．情報資産の管理
情報は、そのセキュリティ確保のため、重要性とリスクに応じた取り扱いを明確にし、適切に管理します。

3．教育・訓練
全役員および従業員に対して情報セキュリティについての教育・訓練を継続的に実施し、その意識向上と情報セキュリティに関連する諸規程の徹底を図ります。違反者に対しては、懲戒も含め、厳正に対処します。

4．安心できる製品・サービスの提供
利用されるお客様の情報のセキュリティに配慮し、安心してお使いいただける製品・サービスの提供に努めます。

5．法令順守と継続改善
関連する法令、その他の規範を順守するとともに、環境の変化に合わせ情報セキュリティ確保への継続的な改善・向上に努めます。

お客様および取引先様の情報を適切に管理することは、「社会から信頼される会社」であるために不可欠な取り組みです。
また、グローバル企業として成長を続けるためには、市場競争力を生む技術情報を保護しつつ適切に共有・活用することで、スピーディーに開発・生産・販売オペレーションを実施していくことが必要です。

## 個人情報保護方針

パナソニック株式会社は、経営基本方針にのっとり、優れた商品とサービスを社会にお届けするとともに、「スーパー正直」に徹することで、お客様の満足と信頼を得ることを目指しています。
そのために、お客様はもちろんのこと、お取り引き先様、株主様、従業員など、数多くのステークホルダーと、より良い関係を築いていきます。
この一環として、個人情報を適切に保護し、取り扱うために、次の取り組みを実施いたします。

1. 当社は、個人情報を取り扱う組織ごとに個人情報保護の責任者を置き、適切な管理に取り組みます。
2. 当社は、利用目的や当社の窓口などをお知らせした上で、ご了解いただいた範囲内で個人情報を取得いたします。
3. 当社は、ご了解いただいた目的の範囲内で、個人情報を利用いたします。
4. 当社は、あらかじめご本人様からご了解いただいている場合、法令で認められている場合を除き、個人情報を第三者に提供または開示いたしません。
5. 当社は、ご本人様よりご自身の個人情報の照会などについて担当の窓口にご連絡いただいた場合は、適切に対応します。
6. 当社は、個人情報への不正アクセス、個人情報の紛失、破壊、改ざんおよび漏洩などを防止するために、個人情報を安全に管理し、セキュリティの確保・向上・是正に努めます。
7. 当社は、関連する法令、その他の規範を順守するとともに、環境の変化に合わせ、個人情報保護の取り組みの継続的な改善、向上に努めます。

制定日 2005 年 4 月 1 日
改定日 2008 年 10 月 1 日
パナソニック株式会社
代表取締役社長 津賀 一宏

▶個人情報保護方針 http://panasonic.co.jp/info/privacy/

# 規程および制度

## ISO27001

当社はお客様の個人情報を取り扱っている部門で、国際規格である「ISO27001」を取得しています。これに基づき、お客様からお預かりした個人情報を適切に取り扱っています。
「ISO27001」は、国際規格の ISO/IEC 27001：2005「情報セキュリティマネジメントシステム」に適合して、個人情報を含む情報全般について適切な取り扱いが行われている事業者に付与されるものです。
当社の ISO27001 認証取得事業場リストは、下記からご覧いただけます。

▶パナソニック株式会社 ISO27001 認証取得事業場一覧 http://panasonic.co.jp/info/privacy/list.html

# お客様：企業コミュニケーション（広告・宣伝）

## 方針

当社は、「パナソニック行動基準」のなかで、企業としての基本的なコミュニケーションの方針を定めています。
具体的には、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーに公正かつ正確な情報を提供するとともに、常に社会の声に耳を傾け、事業やマーケティング、販売活動に反映しています。また、虚偽的な表示、誤解を招くおそれがある表示、詐欺的な表示、不正な表示はもちろん、社会的差別に繋がる表現や、他を中傷したり個人の尊厳を損なう表現を行わないよう定めています。また、政治的・宗教的な内容を含む事柄は表現の対象としません。当社は、企業コミュニケーション活動にあたり、創造性と先進性を追求・発揮し、人々に感動を与えるよう努めます。そして、私たちのブランドに対する共感と信頼の向上をめざします。

### 適正な宣伝活動の考え方

創業者　松下幸之助の「事業活動を通じて社会に貢献する」という経営理念のもと、『良い商品ができれば、メーカーには、それをより早く、広く、正しくお客様にお伝えする義務があり、そのための宣伝活動である。』との思いを受け継いでいます。
また、今日では、商品のみならず、さまざまな企業活動について広く社会にお伝えしていくことも重要な社会的責任となっています。これについても同様の考え方のもと、取り組んでいます。

### 関連情報

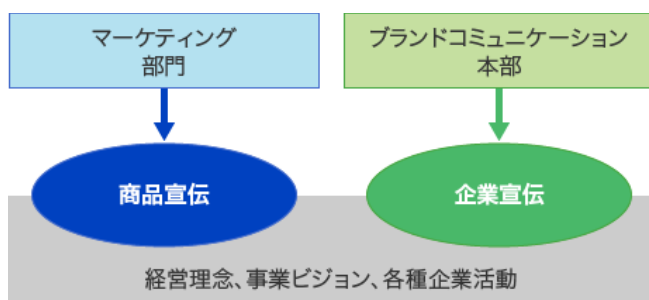
さまざまな企業活動について、広く社会にお伝えしています。

▶広告・スポンサー　http://panasonic.co.jp/ad/
▶動画ニュース：チャンネルパナソニック　http://ch.panasonic.net/jp/

### 広告法規等の順守

宣伝活動の推進にあたっては、世界各地域における各種の関係法規・業界規制などの順守を旨とし、お客様に誤解や誤認を与えないように心がけています。
例えば日本国内においては、「景品表示法」などの各種広告法規、（社）日本アドバタイザーズ協会の「倫理綱領」、各メディアの考査規準などがあります。
また、上記の目的を果たすために、日々の業務での OJT、あるいは大きな法改正時などにおいては社内研修会を実施し、担当者への周知・啓発に努めています。
加えて外部団体による研修・セミナーなどへの参加、あるいは必要に応じた外部専門家へヒアリングも実施しています。

### 推進体制

**マスコミ宣伝推進体制（概要）**

## 広告制作における指針・心構え

日々の広告制作（テレビ CM や新聞広告などを作る作業）においては、次のようなことを指針・心構えとして取り組んでいます。

- 広告宣伝活動は、企業活動における重要な社会的使命である
- 企業の「こころ」を伝える活動である
- 事実を正しく、お客様が理解しやすいように
- 不快感を与えたり、迷惑をかけたりしない

## 宣伝メディアについて

マスコミ宣伝活動に使用するメディアは、各地域で広く社会に受け入れられ、認知されているものを、コスト効率なども勘案しつつ、選定しています。